



WRI INDONESIA

Seri Buklet Penurunan Emisi GRK II

MENYUSUN TARGET AKSI IKLIM BAGI PERUSAHAAN



BAB I

MENGENAL INISIATIF SCIENCE BASED TARGET (SBTi)

KRISIS IKLIM DAN BENCANA EKOLOGI



Krisis iklim sudah terjadi di sekitar kita. Laporan Badan Meteorologi Dunia (WMO), yang dipublikasikan pada Oktober 2020, mengungkapkan bahwa **lebih dari 11.000 bencana telah dikaitkan dengan krisis iklim selama 50 tahun terakhir.**

Rentetan bencana ini menyebabkan **2 juta kematian** dan kerugian ekonomi sebesar **US\$3,6 triliun¹.**

PERSETUJUAN PARIS DAN KOMITMEN MENJAGA SUHU BUMI

Pada Persetujuan Paris di 2015, 195 pemimpin dunia berkomitmen menahan laju peningkatan temperatur global di bawah 2 derajat Celsius dibandingkan pra-revolusi industri. Pada 2018, Panel Antarpemerintah tentang Perubahan Iklim (*Intergovernmental Panel on Climate Change/IPCC*) meluncurkan laporan khusus yang memperingatkan bahwa pemanasan global tidak boleh melebihi 1,5°C di atas suhu pra-industri untuk menghindari dampak bencana perubahan iklim. Kontributor terbesar emisi GRK global adalah sektor ekonomi, sehingga perusahaan memiliki peran besar untuk menjaga kenaikan temperatur global di bawah 2°C².

KONTRIBUSI SEKTOR SWASTA DALAM PENURUNAN EMISI MELALUI SBTi

Inisiatif Target Berbasis Sains (*Science Based Targets Initiative/SBTi*) mendorong aksi iklim yang ambisius, terukur, dan berbasis sains di sektor swasta. SBTi adalah kemitraan antara CDP, United Nations Global Compact (UNGC), World Resources Institute (WRI) dan World Wide Fund for Nature (WWF). SBTi juga salah satu komitmen We Mean Business Coalition³.



United Nations
Global Compact



WORLD
RESOURCES
INSTITUTE



WE MEAN
BUSINESS

1 PBB: Perubahan Iklim Akibatkan Lebih Banyak Bencana Akibat Cuaca, <https://www.voaindonesia.com/a/pbb-perubahan-iklim-akibatkan-lebih-banyak-bencana-akibat-cuaca-/5619687.html>

2 Sumber: Manual Penetapan Target Berbasis Sains, Versi 4.1 | April 2020

3 About Us, <https://sciencebasedtargets.org/about-us>

BAB II

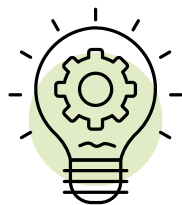
MANFAAT SBTI BAGI PERUSAHAAN

Saat ini, banyak konsumen yang telah sadar tentang pentingnya menjaga lingkungan. Riset Hakuodo Institute of Life and Living ASEAN (HILL ASEAN) mengungkapkan bahwa gaya hidup sadar lingkungan makin berkembang pesat di kawasan ASEAN⁴. Kesadaran konsumen itu harus menjadi perhatian perusahaan, dengan cara membangun reputasi hijau mereka, jika ingin tetap bertahan dan melakukan ekspansi pasar.

Perusahaan-perusahaan multinasional seperti IKEA, Unilever, Tesco, General Mills, L'Oreal, Walmart dan McDonald's berlomba bergabung dengan SBTi⁵. Apa saja manfaatnya?

Selain mencegah dampak buruk krisis iklim, bergabung dengan SBTi juga dapat:

1 Meningkatkan inovasi



2 Mengurangi ketidakpastian regulasi



3 Memperkuat kepercayaan dan kredibilitas investor



4 Meningkatkan daya saing



Di awal 2021⁶, lebih dari 1.000 perusahaan telah bergabung dalam SBTi dan lebih dari 350 perusahaan telah mengajukan komitmen untuk menahan laju pemanasan global di bawah 1,5°C.

4 Gaya Hidup Sadar Lingkungan Semakin Berkembang Pesat di ASEAN, <https://gaya.tempo.co/read/1357939/gaya-hidup-sadar-lingkungan-semakin-berkembang-pesat-di-asean/full&view=ok>

5 Ibid.

6 <https://sciencebasedtargets.org/companies-taking-action/>

BAB III

LANGKAH-LANGKAH PERUSAHAAN UNTUK BERKOMITMEN DALAM SBTi

Ada empat langkah yang harus dilakukan perusahaan untuk berkomitmen dalam SBTi:

LANGKAH 1: MENYATAKAN KOMITMEN

Penandatanganan surat komitmen menunjukkan bahwa perusahaan akan berupaya menetapkan target pengurangan emisi berbasis sains. Jika perusahaan sudah memiliki target pengurangan emisi, surat ini akan mengkonfirmasi komitmen perusahaan untuk diverifikasi berdasarkan kriteria yang dikembangkan SBTi.

KOMITMEN PERUSAHAAN DALAM SBTi TERBAGI MENJADI 2 JENIS:

1. Komitmen umum
2. Komitmen *Business Ambition for 1.5°C*

Setelah perusahaan menyerahkan surat komitmen, perusahaan itu akan ditampilkan di bawah segmen “Committed” pada situs web Companies Taking Action SBTi, serta dalam laman partner We Mean Business dan CDP. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) tidak diwajibkan untuk menandatangani surat komitmen standar tetapi mereka harus menggunakan “Surat Penetapan Target” yang secara khusus dirancang untuk UKM. Untuk tujuan validasi target, SBTi mendefinisikan UKM sebagai perusahaan independen (bukan anak perusahaan) dengan karyawan kurang dari 500 orang. Dengan catatan, perusahaan itu tidak termasuk lembaga keuangan dan perusahaan minyak & gas⁷.

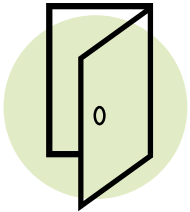
LANGKAH 2: MENYUSUN TARGET

SBTi mendorong perusahaan mengirimkan targetnya untuk divalidasi sesegera mungkin. Jika perusahaan gagal melaksanakan semua langkah-langkah yang telah ditentukan dalam waktu 24 bulan, perusahaan tersebut akan dihapus dari situs web SBTi “Companies Taking Action” dan situs web mitra. Target yang disusun harus sesuai dengan kriteria yang ditentukan SBTi. Perusahaan perlu merujuk pada referensi yang relevan dan memastikan bahwa mereka memiliki informasi terbaru tentang referensi dan rekomendasi. Setelah mengkaji semua referensi yang tersedia, perusahaan dapat mengirimkan pertanyaan ke info@sciencebasedtargets.org.

⁷ Small and Medium-Sized Enterprises (SME) Frequently Asked Questions (FAQ), https://sciencebasedtargets.org/resources/legacy/2020/07/SME-Frequently-Asked-Questions_July-2020.pdf

LANGKAH 3: PROSES VALIDASI TARGET UNTUK PERUSAHAAN

Validasi resmi target perusahaan dilakukan untuk memastikan bahwa mereka memenuhi kriteria ketat dari SBTi. Perusahaan bertanggung jawab untuk menunjukkan bahwa target mereka berdasarkan sains dan memberikan informasi yang sesuai secara jelas.



Layanan Satu Pintu

Pada Juli 2020, SBTi menawarkan layanan validasi target satu pintu yang disederhanakan. SBTi telah menggabungkan validasi awal, yang dilakukan sebelum Juli 2020, dengan proses validasi resmi untuk membuat opsi validasi tunggal.



Kerahasiaan Informasi

SBTi menjaga kerahasiaan informasi yang diberikan perusahaan dalam penilaian target. Informasi itu akan digunakan sesuai dengan kontrak layanan validasi target yang ditandatangani perusahaan sebelum penilaian.



Layanan Berbayar

SBTi memperkenalkan layanan berbayar untuk validasi target sejak 2019. Dengan layanan ini, proses validasi target lebih cepat dan memberikan umpan balik tambahan ke perusahaan. Perusahaan yang berpusat di negara berkembang dan emerging market, yang memenuhi syarat, dapat memperoleh pembebasan biaya berdasarkan permintaan. Secara umum, proses validasi target memakan waktu sekitar 30 hari kerja.

LANGKAH 4: MENGUMUMKAN DAN MENKOMUNIKASIKAN TARGET

Setelah target perusahaan divalidasi, SBTi akan mengirimkan “*Welcome Pack*” yang menguraikan bagaimana target dapat ditampilkan/dikomunikasikan, serta bagaimana penggunaan logo SBTi. Setelah menyepakati kerangka waktu, perusahaan akan terdaftar sebagai perusahaan dengan “target yang disetujui/*approved targets*” pada halaman web Companies Taking Action serta di situs mitra SBTi, yakni We Mean Business dan CDP. Perusahaan yang berpartisipasi dalam UN Global Compact juga akan dicantumkan di situs ini.

BAB IV

KRITERIA YANG HARUS DIPENUHI PERUSAHAAN DALAM SBTi

SBTi memiliki beberapa kriteria yang harus dipenuhi agar target diakui, mengikuti standar GHG Protocol. SBTi berhak untuk menarik validasi target yang telah disetujui jika diketahui terdapat kesalahan dalam informasi yang disampaikan dalam proses validasi.

GHG Protocol telah membentuk klasifikasi emisi GRK yang disebut 'Cakupan', terdiri dari Cakupan 1, Cakupan 2 dan Cakupan 3.		
Cakupan 1 Emisi GRK langsung	Cakupan 2 Emisi GRK tidak langsung dari sektor energi	Cakupan 3 Emisi GRK tidak langsung dari sektor lainnya
Contoh: fasilitas perusahaan, kendaraan milik perusahaan	Contoh: pembangkitan listrik yang dibeli atau diperoleh, pemanasan, pendinginan, dan uap yang dikonsumsi perusahaan ⁸	Contoh: transportasi dan distribusi, perjalanan dinas, pengadaan barang dan jasa

KRITERIA SBTi

Semua kriteria berikut ini berlaku untuk Cakupan 1, 2, dan 3.

A. Tanggal Berlaku Kriteria yang Diperbarui

Kriteria SBTi akan diperbarui setiap tahun.

B. Kriteria dan Rekomendasi

I. Inventarisasi Emisi

Cakupan: Target harus mencakup emisi Cakupan 1 dan 2 di seluruh perusahaan, sebagaimana didefinisikan dalam standar GHG Protocol bagi Perusahaan.

Ambang Batas Signifikansi: Perusahaan dapat mengecualikan hingga 5% Cakupan 1 dan 2 secara kumulatif dalam batasan inventarisasi dan target dalam standar GHG Protocol.

⁸ GRI 305: Emisi. <https://www.globalreporting.org/standards/media/1542/bahasa-indonesia-gri-305-emissions-2016.pdf>

II. Jangka Waktu

Kriteria

Tahun Dasar Target (*baseline*): Target harus dibuat untuk kurun waktu paling sedikit 5 tahun dan paling lama 15 tahun dari penyerahan target ke SBTi untuk validasi resmi.

Perkembangan Terkini: Target penurunan emisi harus diserahkan setidaknya setelah dua tahun sebelum tahun penyerahan, sedangkan target yang telah dicapai pada tanggal penyerahannya ke SBTi tidak akan diterima.

III. Ambisi

Kriteria

Tingkat Ambisi: Target Cakupan 1 dan 2 setidaknya harus memenuhi tingkat dekarbonisasi yang dibutuhkan untuk menjaga peningkatan suhu global tepat di bawah 2°C dari suhu pra-industri.

Absolut atau intensitas: Target intensitas untuk Cakupan 1 dan 2 hanya dapat diakui ketika menghasilkan target pengurangan emisi absolut yang sesuai dengan skenario iklim untuk menekan pemanasan global tepat di bawah 2°C.

Offsets: Penggunaan metode *offsets* tidak dapat dihitung sebagai pengurangan emisi menuju target berbasis sains perusahaan.

Emisi yang dihindari (*avoided emissions*): Emisi yang dihindari dihitung secara terpisah dengan inventaris perusahaan dan tidak dimasukkan ke dalam target berbasis sains.

IV. Cakupan 2

Kriteria

Pendekatan: Perusahaan harus mengungkapkan pendekatan yang digunakan, apakah pendekatan berbasis lokasi atau pendekatan berbasis pasar sesuai dengan Pedoman Cakupan 2 GHG Protocol, dalam menghitung emisi tahun dasar dan memantau kinerja dalam pemenuhan target berbasis sains.

Listrik terbarukan: Target untuk secara aktif menggunakan listrik dari sumber terbarukan pada tingkat yang dapat memenuhi skenario 1,5°C dapat digunakan untuk menggantikan target pengurangan emisi Cakupan 2.

V. Cakupan 3

Kriteria

Penyaringan Cakupan 3: Perusahaan harus melakukan penyaringan (*high-level screening*) Cakupan 3 untuk semua kategori yang relevan dan disyaratkan untuk menentukan signifikansinya sesuai dengan Standar Penghitungan dan Pelaporan Rantai Nilai Korporasi GHG Protocol (Cakupan 3).

Persyaratan target Cakupan 3: Jika emisi Cakupan 3 yang relevan dan disyaratkan suatu perusahaan mencapai 40% dari total emisi Cakupan 1, 2, dan 3 atau lebih, target Cakupan 3 harus ditetapkan.

Batasan 3: Perusahaan harus menetapkan satu atau lebih target pengurangan emisi dan/atau target pelibatan konsumen yang secara bersama-sama melingkupi setidaknya 2/3 dari total emisi

Cakupan 3 yang disyaratkan sesuai dengan Standar Penghitungan dan Pelaporan Rantai Nilai Korporasi GHG Protocol (Cakupan 3).

Tingkat ambisi untuk target pengurangan emisi Cakupan 3: Target pengurangan emisi (meliputi keseluruhan rantai nilai atau masing-masing kategori Cakupan 3) dianggap ambisius jika telah memenuhi salah satu ketentuan

Target pelibatan pemasok atau konsumen: Target perusahaan untuk mendorong penggunaan target pengurangan emisi berbasis sains oleh pemasok dan/atau konsumennya dapat digunakan sebagai salah satu strategi pencapaian cakupan 3.

Penjualan, transmisi, dan distribusi bahan bakar fosil: Perusahaan yang menjual, mentransmisikan, atau mendistribusikan gas alam produk bahan bakar fosil harus menetapkan target pengurangan emisi Cakupan 3 untuk kategori “Penggunaan produk yang dijual” paling tidak sesuai dengan tingkat dekarbonisasi yang dibutuhkan untuk menekan peningkatan suhu global tepat di bawah 2°C dibandingkan suhu pra-industri.

VI. Pedoman Spesifik untuk Sektor

Perusahaan harus memenuhi persyaratan penetapan target dan tingkat ambisi minimum sesuai dengan metode dan pedoman sektor tertentu yang relevan, selambat-lambatnya 6 bulan setelah penerbitan pedoman sektor.

VII. Pelaporan

Perusahaan harus melaporkan inventaris emisi GRK seluruh perusahaan secara publik dan mengumumkan perkembangan proses pencapaian target secara tahunan.

VIII. Perhitungan Ulang dan Validasi Target

Untuk memastikan konsistensi dengan penemuan ilmiah dan praktik terbaik iklim terbaru, target harus ditinjau dan, jika diperlukan, dihitung dan divalidasi ulang paling tidak setiap 5 tahun.



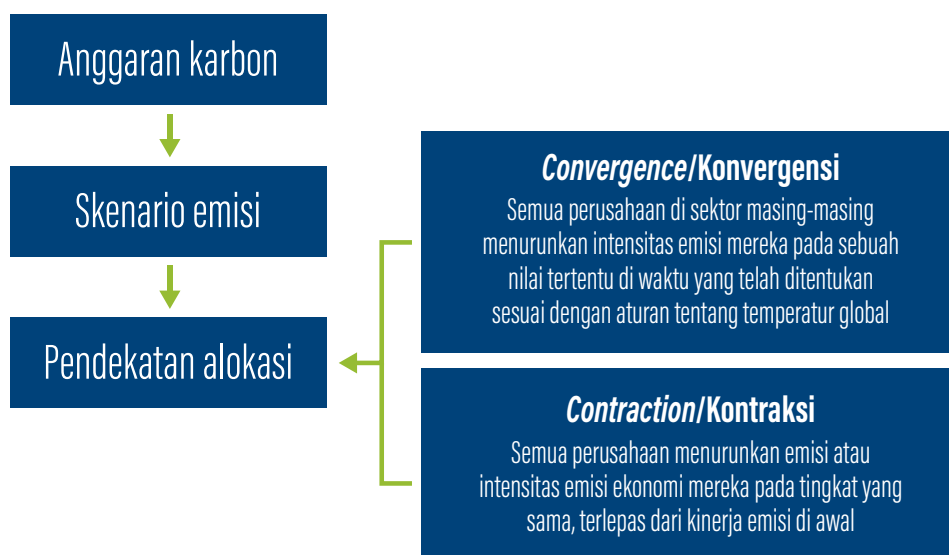
BAB V

METODE PENETAPAN TARGET PENURUNAN EMISI GRK BERBASIS SAINS

Secara umum⁹, metode penetapan target berbasis sains memiliki tiga komponen:

1. Anggaran karbon/*carbon budget*: menetapkan total emisi GRK yang dihasilkan untuk menjaga kenaikan temperatur global tidak melebihi 1,5°C atau tepat di bawah 2°C
2. Skenario emisi: menentukan besaran dan waktu pengurangan emisi
3. Pendekatan alokasi: menentukan bagaimana anggaran karbon dialokasikan untuk setiap perusahaan

Tiga metode di atas dapat diterapkan ke berbagai sektor. Perusahaan harus memilih metode dan target yang mendorong pengurangan emisi terbesar. Untuk menghitung SBT, perusahaan harus menggunakan metode yang didasarkan pada jalur dekarbonisasi spesifik untuk sektor tersebut (Pendekatan Dekarbonisasi Sektoral) atau pada persentase pengurangan emisi absolut.



⁹ Selain metode yang tersedia saat ini, skenario dan metode baru diharapkan akan dikembangkan untuk sektor tertentu. Informasi tentang hal ini akan diunggah ke situs web SBTi sebagai metode yang tersedia untuk umum dan/atau divalidasi oleh inisiatif.

KONTRAKSI EMISI ABSOLUT

Target pengurangan emisi absolut didapatkan dari pengurangan keseluruhan emisi GRK pada tahun target relatif terhadap tahun dasar, misalnya dengan mengurangi emisi CO₂e (CO₂ *equivalent*) tahunan sebesar 35% pada 2025, dari tahun 2018. Metode ini adalah pendekatan sederhana dan dapat secara langsung menetapkan sekaligus melacak perkembangan menuju target yang dapat diterapkan di sebagian besar sektor. Cisco misalnya, berkomitmen untuk mengurangi emisi GRK absolut cakupan 1 dan 2 sebesar 60% pada FY2022 dari tahun dasar FY2007.

PENDEKATAN DEKARBONISASI SEKTORAL (*SECTORAL DECARBONIZATION APPROACH/ SDA*)

SDA adalah metode untuk menetapkan target intensitas fisik yang menggunakan konvergensi intensitas emisi. Target intensitas ditentukan oleh pengurangan emisi yang berhubungan dengan metrik bisnis tertentu, seperti hasil produksi perusahaan (misalnya, ton CO₂e per ton produk yang diproduksi).

Contoh target intensitas fisik yang ditetapkan menggunakan SDA:

- Produsen multinasional Italia serta distributor listrik dan gas Enel berkomitmen untuk mengurangi emisi CO₂ sebesar 25% per kWh pada tahun 2020, dari tahun dasar 2007.
- Operator real estat Eropa, Covivio, berkomitmen untuk mengurangi emisi GRK cakupan 1 dan 2 sebesar 35% per meter persegi pada tahun 2030, dari tahun dasar 2017.

KONTRAKSI INTENSITAS EKONOMI

Emisi GRK per Nilai Tambah GEVA (*Greenhouse gas Emissions per Value Added*) adalah metode untuk menetapkan target dengan menggunakan kontraksi intensitas ekonomi. Target yang ditetapkan menggunakan metode GEVA, dirumuskan dengan pengurangan intensitas tCO₂e/\$ nilai tambah. Contoh target intensitas ekonomi yang ditetapkan menggunakan GEVA: Produsen produk tenaga listrik luar ruangan, Husqvarna Group AB, berkomitmen untuk mengurangi emisi ruang cakupan 1 dan cakupan 2 sebesar 30% per unit nilai tambah pada tahun 2020, dari tahun dasar 2015.

REKOMENDASI DALAM MEMILIH METODE SBT

Jika memungkinkan, perusahaan harus menggunakan Pendekatan Dekarbonisasi Sektoral (SDA) atau Kontraksi Emisi Absolut. Metode kontraksi ekonomi juga dapat digunakan untuk menetapkan target intensitas ekonomi (misalnya menggunakan GEVA). Secara umum, target intensitas untuk cakupan 1 dan 2 sebaiknya hanya ditetapkan jika sejalan dengan pendekatan kontraksi absolut atau dimodelkan menggunakan jalur khusus sektor (misalnya SDA) yang menjamin pengurangan emisi untuk sektor secara keseluruhan.

BAB VI

LANGKAH-LANGKAH MEMBANGUN DUKUNGAN PENERAPAN SBT DARI INTERNAL PERUSAHAAN

I. STRATEGI MENDAPATKAN DUKUNGAN

SBT merupakan cara baru untuk menetapkan tujuan bagi banyak perusahaan. Dengan demikian, dukungan dari seluruh unit bisnis dan semua lapisan hingga C-Suite memerlukan justifikasi yang cermat. Berikut ini adalah beberapa strategi yang dapat dilakukan:

1. Bekerja sama secara erat dengan unit bisnis dan menyosialisasikan target di level implementasi, misalnya pabrik atau kantor cabang.
2. Jika perusahaan beroperasi di banyak negara, pertimbangkan untuk menunjuk *champion* di tingkat negara yang dapat terlibat.
3. Membuat *business case* yang meyakinkan.
4. Mempermudah dan membuat kondisi yang lebih menarik bagi unit bisnis untuk memenuhi target.
5. Meminta bantuan dari luar jika keahlian teknis yang diperlukan tidak tersedia, misalnya dari LSM, konsultan, atau akademisi.

II. MENGGALANG DUKUNGAN INTERNAL

Untuk mendapatkan keyakinan yang lebih besar dalam memperoleh dukungan, hal-hal berikut penting untuk dilakukan:

- a. Memahami Audiens: Untuk beberapa audiens, mungkin membutuhkan penjelasan dan alasan mengapa perusahaan harus mengurangi emisi.
- b. Mengutamakan penggunaan data, tetapi tidak meremehkan pentingnya keterampilan interpersonal.
- c. Menyampaikan Target dalam Istilah Bisnis: Perumusan target menggunakan istilah bisnis seperti risiko, peluang, pendapatan, dan reputasi, akan lebih mudah diterima pembuat keputusan perusahaan, daripada menggunakan jargon-jargon iklim.
- d. Melibatkan karyawan perusahaan sejak dini.

III. MENGUMUMKAN SBT KEPADA PUBLIK DAN PERKEMBANGAN KINERJA

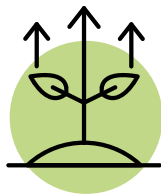
Setelah berhasil menggalang dukungan internal, perusahaan perlu mengumumkan SBT beserta perkembangannya ke publik. Berikut langkah-langkahnya:

Menjelaskan tentang Target



Penjelasan tentang SBT harus mencakup informasi teknis tentang batasan dan ambisi target, serta asumsi dan metode yang digunakan untuk menetapkan target.

Menjelaskan Perkembangan dalam Mencapai Target



Penjelasan tentang SBT harus mencakup informasi teknis tentang batasan dan ambisi target, serta asumsi dan metode yang digunakan untuk menetapkan target.

Menentukan Audiens



SBT harus disampaikan dengan istilah yang dapat dimengerti audiens.

Menentukan Tempat untuk Mengumumkan SBT



Penetapan SBT akan lebih menguntungkan perusahaan jika target mereka diumumkan di tempat yang mudah ditemukan, seperti di situs perusahaan.

Mengikuti Prinsip-Prinsip Panduan Pelaporan



Semua aspek yang berkaitan dengan target perlu diungkapkan agar audiens dapat sepenuhnya memahami konteks, implikasi, dan nuansa.

Disusun oleh



WRI INDONESIA

✉ indonesiaoffice@wri.org

f [/wriindonesia](https://www.facebook.com/wriindonesia)

📷 [@wriindonesia](https://www.instagram.com/wriindonesia)

🐦 [@wriindonesia](https://twitter.com/wriindonesia)

in [linkedin.com/company/wri-indonesia](https://www.linkedin.com/company/wri-indonesia)

🌐 wri-indonesia.org

Wisma PMI Lantai 7

Jl. Wijaya I No.63, Kebayoran Baru

Jakarta Selatan, 12170

Indonesia

Didukung oleh



Federal Ministry
for the Environment, Nature Conservation
and Nuclear Safety

FEBRUARI 2021